

mercadoindustrial.biz
punto de encuentro de la industria

Nº 4. Revista de información para las empresas, con novedades en maquinaria, logística, tecnología y servicios para la industria.

¿Espectáculo o negocio?

Entrevista:
Francisco Martín Frias, Presidente de MRW.

Ferias:
El Salón Internacional de la Logística y de la Manutención se clausura con éxito. Positivo balance de Hannovermesse 2006.

Noticias:
Apuesta asiática del Puerto de Barcelona. Robótica para todo. Congreso Mundial del Mueble en Mallorca. Iniciativa británica para atraer inversores españoles.

Novedades:
FCC Logística, Atlet, IHG, ABX Logístics, Palletways, Schenker, ICEX.

info@mercadoindustrial.biz

Editorial

¿Espectáculo o negocio?...



La pregunta es, a la vez, una respuesta.

Hemos podido comprobar, en los diferentes eventos en los que hemos estado, que algunas empresas no lo tienen claro.

La razón es obvia. El empresariado español, por lo general, cree que su política de comunicación es un gasto. Nunca han entendido bien lo del coste por impacto y mucho menos lo de la imagen como inversión. Hay quién, incluso, ve el registro de la marca o su logotipo como el pago de un impuesto.

Es natural, la falta de profesionalización, los negocios ocultos y el secretismo son parte de la cultura empresarial mediterránea. Esta afirmación no me la he inventado yo. Además, lo he visto cientos de veces. De ello no se libra ni la administración.

¿Nos va mejor así? En la mayor parte de los casos NO. Y a los que les va bien, lo será por poco tiempo, ya que la claridad llega inexorablemente a los mercados. Si observamos sólo las excepciones, nos olvidamos de la regla.

¿Es necesario invertir en la publicidad, la comunicación, asistir a ferias y congresos?, ¿invertir en creatividad o dar "el cante"?. La mitad sí, la mitad no. Es como querer asegurar qué cara queda a la vista de una moneda lanzada al aire.

Si alguien tiene una fórmula matemática, por favor, que la diga. Mientras no ocurra, debemos creer en las/os profesionales que se dedican a esto, porque logran resultados y porque lo hacen muy bien. *¿Sabían que son muy apreciadas/os fuera?.* Como siempre.

¿No recupera la inversión en publicidad?. Nunca lo hará, si la considera un gasto. Pero si hablan de su empresa, productos o de Vd., y no lo valora: ahí se le cae el dinero. Lo saben hasta los toreros.

Finalmente, *¿creen acaso que pueden hablar de valor añadido sin invertir en su imagen?*. Les podemos garantizar que añadir valor a una cosa no es subir el precio en cada eslabón hasta llevar el producto hasta el cliente.

Disculpen esta ofensiva, pero esta revista, como casi todas, depende de la publicidad. Pero sus empresas, no lo duden, también. Las ferias y eventos en España son buenas oportunidades si se planifican bien. La publicidad bien concebida tiene siempre un efecto. La creatividad marca la diferencia entre iguales.

La cicatería que vemos últimamente no se debe a la crisis.

Más bien, la utilizan como excusa.

Posición

Arriba



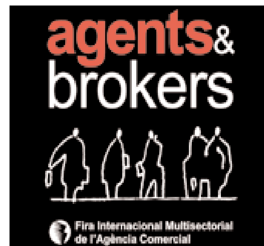
Los países que creen en la energía eólica y solar. Cada paso que dan es un avance para la humanidad y su futuro, porque se fundamentan en recursos inacabables y no contaminan. España tiene empresas punteras dedicadas a ello con mucha ilusión y empeño.

La vuelta del buque de guerra francés "Clemenceau" a Europa para su desguace final, que se hará por empresas europeas. De lo que se aprende,



se saca siempre. Aunque su periplo por otros continentes ha dejado un tufillo a imperialismo tacaño, racista y contaminante.

La Feria Agents & Brokers, una buena idea concebida como una plataforma

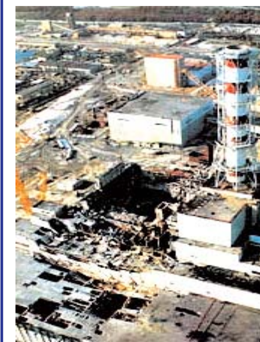


dedicada a las relaciones comerciales, un escenario donde interactúan empresas y agentes comerciales/brokers para llegar a acuerdos y colaboraciones de nuevas posibilidades conjuntas de negocio. Se celebra cada año en Barcelona.

Abajo



Las bofetadas sonoras que se dan las administraciones y la iniciativa privada para controlar los puertos y aeropuertos. Son clarificadoras y por eso nos dejan ver más allá de las sombras. La Europa de los oligopolios está en marcha y quizás sea mejor para los usuarios.



La campaña de concienciación de los políticos a favor de la energía nuclear, ya que basa su estrategia en el miedo a quedarse sin recursos energéticos. Es la vía fácil y una deuda para próximas generaciones, si se aplica desde la histeria colectiva. Sólo es un negocio para unos pocos.

Argentina y Uruguay se enfrentan en la Corte Internacional de Justicia de La Haya (CIJ), por la construcción de dos plantas de celulosa sobre un río limítrofe entre ambos países. El conflicto es serio en lo económico, pero más en relación al medioambiente. En el rifirrafe entran a trapo una empresa española y una finlandesa.



Hannover Messe 2006 se reafirmó como feria fundamental para industria.



Tras cinco días de intensa feria en abril, HANNOVER MESSE puso de manifiesto su función como principal barómetro del despegue de la economía, alcanzando un nivel máximo de satisfacción entre la clientela: 5.175 empresas procedentes de 66 países consideran que se han alcanzado las elevadas expectativas iniciales.

El punto culminante de la participación del País Asociado de este año fue la visita del primer ministro de la India Manmohan Singh en la inauguración de la feria. Las conversaciones entre numerosas personalidades de la política alemanas y del extranjero volvieron a poner de manifiesto la posición líder indiscutible de HANNOVER MESSE 2006 como punto de encuentro tecnológico en el diálogo mundial de la política y la economía.

El país asociado presentó en HANNOVER MESSE toda la gama de su variedad en prestaciones industriales. India ocupó una superficie de exposición de más de 13.000 m2, reservada para un total de 343 expositores hindúes.

La visita de la canciller alemana Angela Merkel demostró el fuerte apoyo de los políticos alemanes a esta clase de eventos. La feria recibió en total a 54 ministros alemanes y secretarios de Estado.

También recibió la visita de importantes representantes gubernamentales y socios económicos de países como Rusia, Japón, Nigeria, Egipto, Rumania y Turquía.

Este año, HANNOVER MESSE reunía bajo un mismo techo diez ferias clave y monográficas internacionales: INTERKAMA+, Factory Automation, Energy, Digital Factory, Subcontracting, MicroTechnology, así como Research & Technology, completando el programa ferial con las novedades Industrial Building Automation, Pipeline Technology, además de Industrial Facility Management & Services.

Del total de 5.175 expositores, 2.322 eran empresas procedentes de 66 países, lo que supone aproximadamente un cinco por ciento más respecto al año 2004. La superficie de exposición ocupada por las firmas no alemanas alcanzó unos 45.250 metros cuadrados, lo que implica un incremento de más del 20 por ciento, confirmando la tendencia al alza de la participación foránea en HANNOVER MESSE, siendo la mayor participación, por países, de India (343 expositores), seguida de China (250 expositores), Italia (210 expositores), Suiza (138 expositores) y Turquía (103 expositores).

La fuerte participación asiática pone de relieve asimismo la importancia de HANNOVER MESSE como puerta de acceso a los mercados internacionales. Los expositores chinos, el segundo grupo mayor de expositores, después de la India, se mostraron en su conjunto muy satisfechos con la participación ferial. En comparación al certamen anterior de 2004, acudieron considerablemente más visitantes de Norteamérica (+25 %), así como de Asia occidental (+26 %). E igual satisfacción produjo el aumento del número de visitantes procedentes de Turquía (+ 41 %).

La edición 2007 de HANNOVER MESSE tendrá lugar del 16 al 20 de abril del próximo año.

www.hannovermesse.de

El puerto de Barcelona apuesta fuerte por Asia.

La Autoridad Portuaria de Barcelona (APB) adjudicó recientemente la concesión de la terminal de contenedores más grande de España, más conocida como muelle del Prat.

Tendrá una superficie prevista de 93 hectáreas, una línea de muelle de casi un kilómetro y medio y, para su construcción y puesta en marcha, será necesario invertir 600 millones de euros en maquinaria y 150 millones más en infraestructuras y obra civil. Se espera que entre en funcionamiento en el 2008.

El Puerto de Barcelona podrá así duplicar el tráfico de contenedores gracias a de nuevas líneas de tráfico con Asia.

La empresa ganadora puede calificarse como una “joint venture”. Será controlada en un 70% por el líder mundial en tráfico portuario, el grupo chino



Hutchison Wesports Limited, y un 30% por Terminal de Catalunya (Tercat), del grupo Mestre, que es la empresa que se presentó al concurso.

La experiencia de Hutchison, que tiene una presencia muy destacada en los principales puertos de China, Corea del Sur, Indonesia y Malasia, ha sido determinante para su elección, al garantizar tráficos con el sureste asiático.

www.apb.es
www.hutchison-whampoa.com
www.grupomestre.com

cada uno de los sectores en donde desarrollan actividades de logística y transporte tanto en España como en Portugal, así como apostar de forma decidida por el desarrollo internacional, que ayude a proporcionar valor al conjunto de los clientes.

En la actualidad, FCC Logística es capaz de ofrecer en el conjunto de la Península Ibérica una oferta global de soluciones para la cadena de suministro a través de unidades de negocio especializadas en automoción, consumo, farmacia, industria y tecnología, retail, transporte y Portugal. La compañía cuenta con 53 centros operativos en las principales capitales logísticas de la Península Ibérica, 840.000 m² de superficie de almacenaje, más de 170.000 m³ a temperatura controlada (positiva y negativa) y dispone de un equipo humano de 4.000 empleados. Durante el pasado ejercicio la empresa incrementó sus ventas en un 7% al alcanzar una cifra de negocio de 321 millones de euros.

Por otro lado, FCC Logística recibió durante la celebración de la "Nit de la Logística", que tuvo lugar en el Museo Marítimo de Barcelona, el premio al Mejor Proyecto Nacional Logístico, en la segunda edición de los Premios SIL. Gonzalo Sanz, Director de FCC Logística, recibió el premio de manos de José Montilla, Ministro de Industria, Turismo y Comercio.



Presentación oficial de FCC Logística en Barcelona.

Gonzalo Sanz, Director de FCC Logística, presentó oficialmente la nueva marca de la compañía en un acto celebrado el pasado 25 de mayo en el magnífico stand que la empresa creo para la ocasión en el 8º Salón Internacional de la Logística de Barcelona.



FCC Logística, empresa perteneciente al Grupo Fomento de Construcciones y Contratas, es el resultado de la estrategia de crecimiento y diversificación del grupo en el sector logístico, y nace de la unión de dos grandes grupos empresariales: AITENA y Grupo Logístico Santos, ambos con un amplio historial en el sector.

La refundada compañía pretende mantener su posición de liderazgo en

Nuevas retráctiles de ATLET

La División de Manutención de Barloworld Finanzauto ha presentado la última novedad de la marca sueca Atlet en lo que se refiere a carretillas retráctiles: la última generación de UNS TERGO FORTE.

Las prestaciones de este nuevo modelo comienzan por unas capacidades nominales de carga de 1.400, 1.600 y 2.000 kilos, con una altura de operación en estándar de hasta 10.800 mm. En cuanto a velocidad, la velocidad punta alcanza los 14 km/h (un 16% más que el modelo anterior). Estas prestaciones se unen a un refuerzo de la máquina para hacer frente a las operaciones intensivas y duras de los grandes centros de distribución, con una construcción más robusta en las partes expuestas a los riesgos de colisiones.

La cabina del conductor es de fácil acceso, con un espacio generoso y un asiento regulable que se adapta a todas las tallas de los operadores. También destaca el apoyabrazos flotante y el mini-volante de dirección, los cuales permiten reducir los movimientos musculares de hombros y brazos, y la inclinación del respaldo del asiento procura al conductor una visión limpia del apilado en altura, evi-



tando los perjuicios producidos en la nuca, además de mejorar la seguridad.

Asimismo, los mandos de la cabina están reagrupados de forma ergonómica. Incluso la sensibilidad de los controles se puede regular según la preferencia del operario. El respaldo inclinable, el apoyabrazos flotante y el minivolante de dirección de las FORTE eliminan el riesgo de lesiones y aumentan de hecho la productividad.

Estos nuevos modelos están equipados con un sistema de estabilidad inteligente denominado S3 que permite controlar la velocidad y la aceleración según el ángulo de la rueda motriz y la altura de elevación de las horquillas. Permite regular las maniobras peligrosas y reducir los golpes.

El ordenador ATC (Atlet Truck Computer) permite programar fácilmente las características personales de los diferentes conductores, llegando a memorizar hasta 350 perfiles diferentes. Un sistema de códigos de identificación personales (PINs) impide que toda persona no autorizada utilice la carretilla. También permite realizar autodiagnósticos periódicos.

En cuanto a mantenimiento, la FORTE está equipada con un sistema a distancia denominado TRAC (Truck Remote Access). Con él, y a través de una simple conexión de la carretilla a un teléfono móvil, los datos almacenados en el ordenador pueden ser chequeados por el Servicio Centralizado de Mantenimiento, el cual efectúa un diagnóstico a distancia y da las instrucciones necesarias para resolver los problemas, evitando en ocasiones un desplazamiento innecesario.

www.barloworld.finanzauto.es

IHG Logistics Ibérica posiciona su nueva imagen.

La empresa ha presentado en el 8º Salón Internacional de la Logística y de la Manutención, su abanico de servicios tanto de grupaje como logísticos y transitarios, así como servicios especiales para sectores como el tecnológico, automoción, textil.



En su stand también ha estado representada también Tetrans Grupaje Canario, compañía perteneciente al grupo desde hace dos años.

Esta edición ha sido aprovechada por IHG Logistics Ibérica para presentarse con esta denominación en la feria y posicionar su marca, puesto que el año pasado lo hizo como Hamann International.

www.ihg-logistics.com

Nueva delegación de ABX en Turquía.

ABX LOGISTICS Worldwide, grupo belga especializado en servicios de logística y organización de transporte, ha reforzado sus servicios y posicionamiento en el mercado turco mediante la apertura de una delegación propia en Estambul, que ha venido acompañada del nombramiento de un equipo directivo específico para la misma.

Así, al frente de la delegación turca, la compañía ha situado a Mesut Yetisgin, anterior CEO de Gobkora y Director Gerente de Militzer y Munch Estambul, como nuevo Country Manager de ABX LOGISTICS Turquía. Al mismo tiempo, el nuevo



Country Manager estará bajo la responsabilidad de Antonio Grazioli, Director General de Coordinación Europea de Carretera.

A través de la nueva delegación, la compañía fortalece su posición en una región estratégica para el transporte internacional, como puerta de entrada y salida entre Europa y el continente asiático. Esta iniciativa forma parte de la estrategia de expansión de la compañía con el fin de garantizar un servicio one-stop-shopping a nivel mundial y que le ha llevado en los últimos años a reforzar sus servicios en otras regiones emergentes como Israel, Bulgaria o Ucrania.

www.abxlogistics.com



Robótica para todo.

Si el trabajo que desarrollan científicos de la universidad inglesa de Warwick sigue evolucionando, es posible que este titular sea el panorama en todo el Reino Unido en el próximo decenio.

Los técnicos de Warwick HRI y de su división de fabricación Warwick Manufacturing Group están desarrollando los siguientes robots, que podrían reducir el coste de la mano de obra de cualquier explotación agrícola.

Un robot para la recogida del champiñón que, dotado de una cámara CCD, busca y selecciona sólo los champiñones de un tamaño determinado y consigue un alto nivel de precisión mediante un sistema de succión instalado en el extremo de un brazo. Aún no supera la rapidez de un especialista humano, pero trabaja 24 horas sin descanso.

Una cinta transportadora inflable: En colaboración con la empresa de maquinaria agrícola Aeropick han desarrollado un sistema inflable que funciona tanto bajo techo como al aire libre. Se trata de una cinta de transporte de unos 100 metros de largo.

También han desarrollado un interesante robot cortacésped autónomo para grandes superficies.

www2.warwick.ac.uk
www.aeropick.com

Iniciativa británica para incentivar a los inversores españoles.

La Bolsa de Londres ha presentado en Madrid el primer Seminario sobre el Mercado de Inversión Alternativa (AIM) para exponer a las pymes españolas interesadas por saltar al exterior las ventajas de cotizar en la bolsa británica, los procesos de admisión y los aspectos prácticos a los que hacer frente.

La firma internacional de abogados Withers LLP, el despacho español Mullerat Abogados y la firma internacional de auditoria BDO, organizaron en la Embajada Británica este primer Seminario oficial del mercado AIM de la Bolsa de Londres, en el que se expuso la oferta de el AIM a las empresas españolas: acceso a capital de crecimiento, un mercado para sus acciones, capacidad para realizar adquisiciones, obtención de un valor objetivo de mercado e imagen corporativa realzada.

El Mercado de Inversión Alternativa (AIM), es el mercado de la Bolsa de Londres para la pequeña y mediana empresa dirigido a empresas en crecimiento. Desde su creación en 1995, el capital obtenido ha sobrepasado los 27 billones de libras (39 billones de euros). Hoy en día, AIM cuenta con aproximadamente 1.500 empresas entre las que se incluyen más de 250 empresas extranjeras. Este mercado de obtención de capital ha crecido en popularidad gracias a su facilidad de acceso, el relativamente bajo coste para las empresas y un régimen regulador más flexible que el de otros mercados.

Representantes de las tres firmas organizadoras, así como representantes de la Bolsa de Londres y de UK Trade and Investment (departamento gubernamental de apoyo al comercio e inversión en el Reino Unido) introdujeron a una audiencia de empresas, bancos de inversión y firmas de capital riesgo, al mercado AIM, hicieron un breve repaso de su historia, un análisis del éxito obtenido hasta ahora y un estudio de cuestiones y oportunidades específicas para empresas españolas.

www.bdo.es
www.mullerat.com
www.withersworldwide.com



Novedoso formato logístico.

El Grupo Palletways, dedicado a la distribución express de pequeños envíos de mercancía paletizada, presentó en el 8ª Salón Internacional de la Logística y la Manutención, su nueva red de distribución en España.

La red española se desarrollará en base a la actividad realizada en Reino Unido y en el continente europeo. En concreto, Palletways integrará inicialmente 25 proveedores logísticos independientes, que operarán bajo la marca Palletways y combinarán sus recursos para distribuir pequeños envíos de mercancía paletizada con rapidez y eficacia de costes a través de un hub central de operaciones en Guadalajara.

A modo de referencia, la nueva compañía, Palletways Iberia, es una joint venture entre el Grupo Palletways y Transportes Campillo.

Bajo la supervisión de Luis Zubialde, que gestionará la compañía y la red en España, ofrecen un servicio "express" 24 horas para envíos de mercancía paletizada en nuestro país desde y hacia cualquier lugar del territorio nacional, así como un servicio "economy" 48 horas.

Para controlar la red, la compañía dispone de una infraestructura IT de nueva generación específica para operaciones de transporte paletizado. Las rápidas conexiones entre todos los almacenes de la red española permite la transmisión de datos de cada envío en tiempo real vía Internet a dos grandes servidores en un centro de procesamiento de datos. Mediante el acceso a la web de Palletways y la introducción de un login propio, los clientes pueden visualizar online el estado de cualquier envío realizado a través de la red. Además, podrá visualizar POD completos e imágenes escaneadas del albarán la mañana siguiente a la entrega.

www.palletways.com

El universo del mueble se congregó en Mallorca.

El Congreso Mundial del Mueble, ha reunido durante tres días a más de 300 profesionales del sector de 35 países en Palma de Mallorca. El evento ha estado patrocinado por el Govern Balear y organizado por la Unión Europea del Mueble, UEA, la Federació de la Fusta i Suro, y el Centro Tecnológico CETEBAL, bajo la coordinación técnica del Instituto Tecnológico AIDIMA.

Como resultado de esta concentración sectorial se ha promovido la creación de un comité internacional de expertos que permita estructurar la competencia internacional de un sector cuya facturación alcanzó los 220.000 millones de euros durante el pasado ejercicio. Se pretende así, favorecer la cooperación bajo la fór-

mula de alianzas estratégicas internacionales como única alternativa para incrementar el consumo mundial de estos productos en un entorno globalizado de constantes cambios que requiere dimensión de empresa.

En esta línea, las conclusiones del Congreso plantean que las empresas deben de dotarse de mejores recursos humanos mediante la incorporación de talentos para fomentar nuevos conocimientos que permitan adaptar la investigación y el desarrollo tecnológico a las nuevas necesidades del consumidor.

Las patronales del sector entienden, por otra parte, que las empresas del mueble deben supeditar, por tanto, la producción al consumidor mediante el conocimiento de sus estilos de vida, y reenfocar su actividad y su estructura interna, ya que es el consumidor el motor del cambio social y empresarial. En este sentido, uno de los ejemplos que se han expuesto en el Congreso se refiere a la reducción de los plazos de entrega de los muebles, ante un consumidor cada vez más impaciente.



En esta línea, las conclusiones advierten que sólo sobrevivirán aquellos fabricantes que mejoren su logística y perfilen la venta de sus productos adecuadamente, ya que reducirán sus costes de explotación e incrementarán su competitividad.

Las patronales internacionales reunidas en Palma de Mallorca han asegurado también que el sector del mueble se ha convertido en un sector industrial avanzado y comprometido con la realidad humana mediante la incorporación de diseños adaptados a personas con discapacidades físicas.

Hay que destacar la representación de empresarios del mueble de Castellón, Valencia y Alicante que han asistido a este primer encuentro, en el que la industria de la Comunidad ha estado representada por la patronal FEVAMA, ANIEME, AEMMA, FIM, FECOMVAC por parte de los comercios del mueble, y AIDIMA. La notable repercusión queda patente en el hecho de que ciudades como Las Vegas, Río de Janeiro, o Shangai, entre otras, pugnen por ser la sede del II Congreso Mundial del Mueble, que por decisión de la organización se celebrará fuera del continente europeo.

www.aidima.es

Soler & Palau elige el DPM de ToolsGroup.

Esta compañía líder en la fabricación de ventiladores y extractores de aire de aplicación industrial y doméstica y aparatos de calefacción eléctrica, ha elegido la Tecnología DPM de ToolsGroup para optimizar la Planificación del reaprovisionamiento de sus más de 15.000 referencias.

Tras un exhaustivo proceso de selección y evaluación de diferentes alternativas tecnológicas, S&P ha optado por DPM como la mejor tecnología para poder alcanzar sus dos objetivos principales: Mejorar el Nivel de Servicio prestado al mercado.



S&P fue creada en la localidad de Ripoll (Girona) en 1.951 por los ingenieros Eduard Soler y Josep Palau. Desde sus inicios hubo una clara visión de que el futuro dependía de la expansión exterior, inicialmente hacia Europa, para continuar en el resto de los mercados mundiales.

Actualmente S&P es una empresa implantada y reconocida en todo el mundo con filiales propias en Portugal, Francia, Inglaterra, Holanda, Bélgica, Alemania, Italia, Letonia, Austria, México, Estados Unidos, Canadá y Australia, con distribuidores exclusivos en la mayoría de países del resto del mundo y con un proyecto expansivo para acceder al creciente y potente mercado asiático.

ToolsGroup, líder en España en la implantación de tecnología para la planificación del reaprovisionamiento y para la optimización del inventario, logró en el primer trimestre del 2006 un incremento en las ventas del 23% con respecto al mismo período del año anterior.

Gracias a su Tecnología DPM (Distribution Planning Model) las compañías pueden soportar los nuevos procesos organizativos altamente automatizados y reducir los costes de inventario, mejorar sus previsiones y realizar un aprovisionamiento eficaz, al tiempo que implantan una metodología eficiente y coherente con los objetivos estratégicos de la compañía.

ToolsGroup tiene experiencia en el sector Gran Consumo, en alimentación, no alimentación y bebidas, con clientes líderes en sus mercados. Así, 6 de las 100 mayores empresas y grupos de alimentación y bebidas en España son clientes de ToolsGroup y ya disponen de la Solución DPM.

www.soler-palau.com
www.toolsgroup.es

Balance positivo del SIL-06 para Schenker

En el SIL 2006, Schenker España recibió muchísimas consultas relativas a todo tipo de transacciones comerciales internacionales. Pero lo más interesante, según nos han informado, ha sido la posibilidad de encontrarse con proveedores de transporte y clientes de todos los sectores industriales.



Nos han explicado fuentes de la empesa que: “Si el SIL y nuestra experiencia en el Salón sirven de termómetro de la situación de la economía nacional, deberíamos decir que la temperatura es excelente” nos han explicado fuentes de la casa.

www.schenker.es

El ICEX abre un Centro de Negocios en Chicago.

ICEX

El Instituto de Comercio Exterior (ICEX) ha puesto a disposición de las empresas españolas un Centro de Negocios en la ciudad de Chicago en el que pueden iniciar sus actividades en los primeros meses de actividad en este país.

Está situado en un local anexo al de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España y se inaugurará en el mes de julio para ayudar a aquellas empresas españolas interesadas en establecerse en el mercado estadounidense y desarrollar desde Chicago su actividad comercial.

Cuenta con tres despachos, de 10 metros cuadrados, dotados de equipos informáticos, teléfono y el material de oficina necesario para la realización de las actividades propias de cada empresa. Además, las empresas podrán solicitar el apoyo de la oficina para la contratación otro tipo de servicios, desde transporte hasta servicios de traducción, así como toda la ayuda y asesoramiento individualizado (información sobre el mercado estadounidense, oportunidades de negocio, etcétera) que les pueda proporcionar el personal de la oficina.

El Centro de Negocios de Chicago será el sexto centro de este tipo que el ICEX pone a disposición de las empresas españolas, junto a los ya operativos en Shanghai, Sao Paulo, México, Pekín y Moscú.

www.icex.es

Si quiere anunciar un nuevo lanzamiento, la apertura de una nueva delegación o cualquier otro acontecimiento, www.mercadoindustrial.biz le ayudará a difundirlo.

Dependiendo del interés general de la noticia, se presentarán en en las páginas interiores del portal o, incluso, en esta revista.

Envíe sus notas de prensa a:
info@mercadoindustrial.biz

Actualidad



La satisfacción de Enrique Lacalle...

El Presidente del Salón Internacional de la Logística y de la Manutención ha señalado en la clausura de este gran evento que "***ha superado todas las expectativas y ha sido visitado por más de 45.000 profesionales del sector***", convirtiendo a Barcelona en la capital europea de la logística, lo que confirma la trascendencia de esta cita para el sector logístico internacional. Un salón que este año, con 70.000 metros cuadrados de superficie, ha confirmado su segunda plaza entre los salones logísticos de Europa.

Enrique Lacalle ha declarado que las cifras de SIL'2006 confirman "***el acierto de haber creado hace 8 años un salón internacional para el sector logístico. Este sector es uno de los principales motores de la economía que tiene en España un enorme crecimiento***". Para el presidente del SIL, este salón se ha convertido "***en la cita obligada del sector logístico, en su punto de encuentro y referente ineludible para el espacio mediterráneo y para las relaciones empresariales entre Europa, Iberoamérica y el norte de África***".

Igualmente ha manifestado su optimismo por los buenos resultados obtenidos en esta octava edición: "***Hoy podemos afirmar que hemos cumplido todos los objetivos marcados: en ocho ediciones, el SIL ha logrado multiplicar por ocho la superficie de exposición, contamos con 900 empresas expositoras, un total de 1.000 empresas participantes de hasta 66 países***". También ha resaltado el hecho que en la presente edición del Symposium se ha incrementando tanto el número de ponentes como el de inscritos, en relación con la edición 2005.

Aunque es difícil conocer la cifra de negocio que ha registrado el salón, en un primer cálculo aproximado, el presidente del SIL ha considerado que "***el valor de las operaciones entre empresas logísticas que se han concertado en estos cuatro días de feria puede elevarse a más de 2.000 millones de Euros***". Y el SIL ha representado unos ingresos inducidos para Barcelona de 20 millones de euros.

Manuel Royes, Delegado Especial del Estado y Presidente Ejecutivo del Consorcio de la Zona Franca, ha manifestado que "***se siente orgulloso de haber contribuido desde el Consorcio para convertir a Barcelona durante 4 días en la capital logística europea a través de una feria que es un referente a nivel internacional en el sector***".

La próxima cita: del 5 al 8 de junio de 2007 www.silbcn.com



"Para tener éxito hay que conocer a las personas."

Francisco Martín Frías
Presidente de MRW

Es el vivo ejemplo del self made man.

Empecé a trabajar a los 11 años, en Sant Gervasi (Barcelona) y creo que la experiencia profesional que he tenido ha sido excelente en mi formación. Sin embargo, una de las cosas de las que me siento particularmente orgulloso es la de haber estudiado un poco de psicología. Me ha ido muy bien para conocer a las personas y darme cuenta que hay que contratar a gente feliz, a gente que se sienta responsable de su vida.

No vale la pena perder el tiempo con gente derrotista porque no les podrás convencer de lo contrario, así que siempre he intentado rodearme de personas entusiastas y con ilusión.

Los comienzos debían ser duros.

¿Y qué principios no lo son? Cuando compramos Mensajeros Radio, en 1979, no había cultura de transporte de paquetería. Hasta entonces, y si no utilizabas el correo, había que ir a la agencia de transportes y en 3 o 4 días, y con suerte, podías enviar o recibir un paquete.

Empezamos un servicio entre ciudades y con un Renault 5, un Seat de los antiguos y contratando taxis, establecimos la primera ruta Barcelona-Madrid.

Luego empezaron los distintos servicios, la simplificación a una sola llamada de teléfono, la entrega al día siguiente antes de las diez, y un montón de servicios más que hemos añadido con el tiempo.

¿Cómo cuáles?

Pues un montón: el Inmediato, el Urbano, el Urgente de hoy para hoy, el Urgente para entregar mañana antes de las 8:30 horas; el Express 2 kg; el Express Documentos; el Semi Urgente 13; el Internacional… Pero hemos ido añadiendo otros que van sumando: el del traslado urgente de mascotas, el de Fotografía Aérea, el de Globos Publicitarios, e incluso el de Transferencias de Dinero. Han ido incorporándose con los años.

Igual que las franquicias.

¡Cuando aún no existían como tales! Empezamos abriendo delegaciones por España y cuando teníamos 25 y más de 1.200 empleados, observamos que había algunas que crecían más que la central. Así que empezamos a trabajar con la idea de que cada delegación fuera autónoma, que se regentara de forma independiente. Intentamos inculcar la idea de que el franquiciado debe entender que no sólo con el negocio se genera valor en la cuenta de resultados mensual sino también en la plusvalía que sufre la marca, la propia marca. De este modo, el franquiciado se convierte en socio y cliente a la vez, y con la confianza como punto clave.

Esto nos ha permitido una expansión constante y eficaz, de modo que hemos abierto la franquicia 746 en Granada, abriremos tres o cuatro más este mes y vamos a un ritmo de una cada 13 días.

Se trata de seguir las reglas que creasteis hace años...

Exactamente, los nuevos franquiciados hacen lo mismo que nosotros en 1991: se expanden con la misma filosofía que nosotros teníamos, que consideramos válida en su momento y que aún funciona. Y eso sí, con responsabilidad, tesón, un personal debidamente formado, y confianza.

La base de todo negocio, en definitiva.

Mire, cuando hablamos de empresas, debemos distinguir aquellas que son



Fotografías cedidas por MRW

de productos y aquellas que son de servicios. Nosotros somos de servicios, porque el capital es humano, y aparte de la logística propia de la empresa (500 trabajadores en toda España y unos 10.000 incluyendo franquicias), tiene que haber la concienciación de aquello en lo que se trabaja debe ser eficaz.

Se auto imponen penalizaciones cuando fallan ¿verdad?

Sí, obsequiamos al cliente con unos envíos gratis a cambio de la demora de un servicio, en esos casos, debemos analizar qué es lo que falla. Las reclamaciones las atiende aquel que las ha producido, no el departamento de reclamaciones. Tenemos un sistema de penalizaciones que funciona a rajatabla pero en el fondo pretendemos que todo el mundo trabaje. Así, con trabajo y con responsabilidad, podemos afirmar con orgullo que nuestra mayor satisfacción es la fidelidad: sacamos al cliente de un apuro y éste nos lo agradece.

Ha hablado de la función social de MRW...

Sí, creo que todos debemos contribuir, y las empresas las primeras, en intentar ayudar a aquellos colectivos que nos pueden necesitar. Desde hace años hemos ido creando planes y el año pasado destinamos 1.400 millones de pesetas a acción social. Puede parecer un tópico, pero la satisfacción que nos produce el hecho de recibir felicitaciones, que son realmente sinceras, nos anima a continuar adelante.

Háblenos más de ellas.

Tenemos varios planes al respecto que pueden resultar muy beneficiosos para ciertas entidades o colectivos. Por ejemplo, tenemos el Plan Sub 25, que consiste en un envío gratuito al mes para estudiantes menores de 25 años desplazados de su residencia; el Plan Ayuda, que goza de importantes descuentos para entidades sin ánimo de lucro; el Plan 2000, que consiste en emitir o recibir gratis un envío mensual para las personas con alguna discapacidad; o el Plan Mayor, para que las personas mayores residentes en centros geriátricos puedan recibir de amigos y familiares envíos de forma gratuita. Hay más: el Plan Amigo, el Plan Gran Familia, el Plan Campañas Solidarias, o el Plan Ayuda Cultura.

Creemos en la solidaridad y hacemos lo posible para ponerla en práctica lo máximo posible.

Extracto de la entrevista publicada en el nº 39 (abril 2006) de la revista digital Feedbacktoday.net

Cortesía de www.presston.com



En 1979, Francisco Martín Frías y su socio compraron por seis millones de pesetas una empresa de mensajería interurbana llamada Mensajeros Radio. La renovaron de arriba a abajo y empezaron a revolucionar el campo del transporte de paquetería, que hasta entonces estaba sin desarrollar. Casi treinta años más tarde, MRW (la W viene de "world" y se introdujo en 1986 cuando empezaron a trabajar en el extranjero), factura más de 500 millones de euros al año y ocupa la posición 21 del Ranking del Monitor Español de Reputación Corporativa. Pero una de sus grandes virtudes es la acción social a la que dedica más de 1% de su facturación. No es de extrañar pues, que haya recibido casi 150 galardones de instituciones públicas y privadas.

Crucigrama

Horizontales

1) Libre albedrío. 2) Símbolo del Indio. Tal como suena en castellano, nombre de buque que transporta cargamento rodado. 3) En el tenis, serie de seis juegos. Metal fundamental para el galvanizado del acero. 4) Además de Hong Kong, la otra región administrativa especial de la República Popular China. Tango, en el alfabeto fonético de la OTAN. 5) Símbolo del azufre. Título usado por los monarcas españoles. Dominio de Nivel Superior geográfico de la República Dominicana. 6) Espacios de terreno limpio y firme donde se trabajan los cereales. Escuchar. 7) Dícese, a veces, del que propone crucigramas como éste. 8) Cantos o bailes populares de las Islas Canarias. Hace subir algo, tirando de la cuerda de que está colgado.

Verticales

1) Lirio. Es la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales de España. 2) Servicio Público de Empleo Estatal. Animal de ganadería. 3) Primera consonante del abecedario. Se dice de una mercancía a la que se ha fijado un precio. 4) Dominio de Nivel Superior geográfico de Eritrea. Edificios para habitar. 5) Tocar ligeramente un cuerpo la superficie de otro cuando uno de los dos o ambos se mueve. Símbolo de Nitrógeno. 6) Grupo de tres. Organización de Televisiones Iberoamericanas. 7) Ácido ribonucleico. En la numeración romana se representa con una X. 8) Grado académico último y más alto que confiere una universidad. La primera letra del alfabeto latino.

	1	2	3	4	5	6	7	8
1								
2			■					
3				■				
4	■						■	
5		■				■		
6				■				
7								■
8					■			

Solución al crucigrama del número anterior

	1	2	3	4	5	6	7	8
1	I	D	■	A	D	■	E	S
2	O	■	E	D	E	N	■	O
3	■	A	M	E	N	A	S	■
4	I	R	U	N	■	I	O	N
5	S	A	L	■	A	P	T	O
6	■	R	E	C	R	E	O	■
7	I	■	S	E	A	S	■	R
8	R	N	■	O	K	■	V	I

Edita: Netchallenge Consulting S.L.
Director: Lino Hernández
Redacción: C/ Industria nº 5, 1º-1ª
Viladecans 08840 Barcelona
Tel/Fax 936580420
Mail: info@mercadoindustrial.biz
Dep. Legal. B-20885-2006
ISSN 1886-2330






Todas nuestras actividades
de Logística y Distribución
están certificadas ISO 9001 : 2000



Ofrecemos una amplia gama de
servicios aéreos y marítimos, incluyendo
el transporte de productos perecederos y la
gestión de aduanas en almacenes ADT propios





Oferta Global de Servicios

www.geodis.es

- Red internacional actuando en más de 120 países
- Operador líder en la organización de la logística para las empresas industriales y de distribución
- Relación de confianza: un servicio eficaz y seguro asociando track and trace, pruebas de entrega on line y soluciones de integración de sistemas con clientes
- Oferta exclusiva multi servicios: distribución nacional y europea, cargas completas, aéreo y marítimo, aduanas, servicios logísticos

Geodis Iberia, S.A.

Avenida de Europa, 9
C. T. Coslada
28820 Coslada (Madrid)
Tfno.: +34 91 660 42 00
Fax: +34 91 660 42 75



GEODIS